

STRATEGI PUBLIC RELATIONS MYKO HOTEL & CONVENTION CENTER MAKASSAR DALAM MENYELESAIKAN KRISIS PUBLIK

Citra Ayu Mandiri, Sitti Murniati Mukhtar

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

ABSTRACT

The purpose of this study is (1) To know the public relations strategy of MYKO Hotel & Convention Center Makassar in solving public crisis; (2) To know what factors support the Public Relations of MYKO Hotel & Convention Center Makassar in solving the public crisis. This type of study uses descriptive qualitative study method by presenting data in the form of narrative descriptions, words, phrases, opinions and ideas collected by study from various sources. Study obtained data based on in-depth interviews with competent sources to answer the problem formulation, where the informants were selected by using purposive determination technique and through literature study based on the data received from the staff of MYKO Hotel & Convention Center. The result of the study shows that the strategy used by PR MYKO Hotel & Convention Center Makassar in solving the public crisis include: conducting study on case and news, completing the licensing documents in accordance with the procedures of Makassar city government, press conference, providing services to the media, invite Makassar city government to come and see the situation of the company, set up crisis center. The supporting factors in solving the public crisis are human resources (HR), cooperation with stakeholders, infrastructure, budget, link building, development of information and communication technology, non-writing activities.

Keywords : Strategy; Public Relations; Solving Public Crisis

ABSTRAK

Tujuan studi ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi public relations MYKO Hotel & Convention Center Makassar dalam menyelesaikan krisis publik; (2) Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mendukung Public Relations MYKO Hotel & Convention Center Makassar dalam menyelesaikan krisis publik. Tipe studi ini menggunakan metode studi deskriptif kualitatif yakni dengan menyajikan data dalam bentuk deskripsi berupa naratif, kata-kata, ungkapan, pendapat dan gagasan yang dikumpulkan oleh penulis dari berbagai sumber. Penulis memperoleh data berdasarkan wawancara mendalam dengan para narasumber yang berkompeten menjawab rumusan masalah, dengan menggunakan teknik penarikan informan secara purposive dan melalui studi pustaka berdasarkan data-data yang diterima dari staff MYKO Hotel & Convention Center. Hasil studi menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh PR MYKO Hotel & Convention Center Makassar dalam menyelesaikan krisis publik antara lain : melakukan study kasus dan pemberitaan, melengkapi dokumen perizinan sesuai prosedur pemerintah kota Makassar, melakukan press conference, pelayanan kepada media, mengundang pemerintah kota Makassar untuk showing perusahaan, mendirikan crisis centre. Adapun faktor-faktor pendukung dalam menyelesaikan krisis publik yakni sumber daya manusia (SDM), kerjasama dengan para stakeholders, sarana prasarana, anggaran, pembentukan link, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, kegiatan non penulisan.

Kata kunci : Strategi; Public Relations; Penyelesaian Krisis Publik

PENDAHULUAN

Pentingnya keberadaan hotel yang memang dibutuhkan oleh pemerintah, masyarakat dan pengusaha membuat jumlah hotel setiap tahun semakin meningkat. Penambahan jumlah hotel mulai dari bintang dua hingga bintang lima dengan masing-masing fasilitas yang menarik dan mampu bersaing.

Pertumbuhan ini, terjadi di seluruh Indonesia, begitupula di Makassar.

Makassar memiliki potensi yang cukup besar dalam mendatangkan wisatawan, sehingga mendorong minat para investor untuk menanamkan modal di industri perhotelan. Minat investor untuk membangun hotel yang cukup tinggi tersebut akan meningkatkan pasokan kamar hotel, sehingga mengakibatkan

peningkatan intensitas persaingan di industri perhotelan.

Salah satu hal yang membuktikan bahwa minat investor untuk menanam modal di Makassar adalah didirikannya hotel baru di Makassar yang dimana hotel ini baru mulai beroperasi awal bulan Januari tahun 2017 yaitu *MYKO Hotel & Convention Center*. Hotel *Myko* ini adalah hotel yang memiliki Convention Center pertama dan satu-satunya di kota Makassar. *MYKO* hotel menjadi hotel tertinggi di kota Makassar dengan memiliki 25 lantai.

Hotel yang bertaraf internasional ini terletak di dalam kawasan Mall Panakukang. *MYKO Hotel & Convention Center* ini terletak di pusat perbelanjaan, bisnis dimana ini tentu sangat menguntungkan. Hotel ini menyediakan pemandangan yang spektakuler dari kamar dan juga dari restoran yang dimiliki hotel yang dimana memiliki interior yang mewah.

Kepercayaan yang baik dimata masyarakat merupakan salah satu yang terpenting bagi eksistensi sebuah perusahaan. Pada era persaingan sekarang ini, bukan publik yang membutuhkan perusahaan, tetapi perusahaan yang butuh public. Apabila kepercayaan dan citra perusahaan rusak di mata masyarakat, maka perusahaan tersebut harus bersiap-siap untuk menghadapi krisis. Suatu perusahaan yang mengalami permasalahan sudah dianggap selesai secara hukum, justru akan berdampak negative dan akan terus berkepanjangan.

Krisis tentu adalah salah satu bagian yang perlu selalu diperhatikan baik itu ketika perusahaan melakukan antisipasi terjadinya krisis, saat mengalami krisis dan ketika krisis yang dialami dapat diatasi

atau terselesaikan. Praktisi *PR* tentu sangat mempunyai andil dalam menyusun strategi untuk mencegah krisis terjadi, atau memiliki strategi untuk menyelesaikan krisis ketika krisis menimpa perusahaan.

Hal tersebut sempat dirasakan *MYKO Hotel & Convention Center* ini. Di awal pembangunan, hotel ini diberitakan terkait beberapa masalah. Masalah yang pernah dialami oleh hotel ini adalah Dis-hub kota Makassar menyatakan bahwa hotel ini tidak memiliki izin Analisis dampak lalu lintas (Andalalin). Berita ini pernah di muat di salah satu media cetak kota Makassar yaitu di koran Fajar, pada tanggal 23 Desember 2016 pada halaman 13.

Ketika itu *Myko hotel* di anggap belum melengkapi izin Andalalin dari *MYKO Hotel & Convention Center*, padahal bangunan hotel itu sudah hampir selesai. Pemerintah ketika itu mengatakan bahwa hotel *Myko* telah diberikan 1 kali surat peringatan agar segera melengkapi perizinan mengenai andalalin itu.

Selain itu kejadian yang berkaitan dengan Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) juga sempat diberitakan di koran Fajar, Jumat 20 Januari 2017 pada hal 13. Pemkot Makassar mengatakan bahwa *MYKO Hotel* melaporkan keberadaan IPAL tetapi IPAL Mall Panakukang. Itu berarti 1 IPAL tetapi untuk 2 usaha dan itu tidak dibenarkan. Kali itu, pemkot meminta manajemen Hotel *Myko* untuk memberi perhatian untuk menambah fasilitas IPAL untuk hotel *MYKO* sendiri karena pembangunan besar sehingga perlu perhatian besar agar bisa mencegah masalah-masalah lingkungan hidup dan juga melengkapi segala prosedur yang berlaku mengenai IPAL tersebut.

Kasus-kasus tersebut dipublikasikan melalui media massa yang otomatis membuat hotel-hotel yang digunakan oleh oknum-oknum tersebut mendapat pencitraan yang buruk oleh masyarakat. Hal ini tentu dapat berakibat buruk bagi reputasi dari Hotel Myko sendiri.

Berangkat dari hal tersebut, penulis ingin mendapatkan gambaran tentang strategi yang dilakukan oleh *Public Relations MYKO Hotel & Convention Center* dalam menyelesaikan krisis publik. Kemudian penulis juga ingin mengetahui pihak mana saja yang diajak kerjasama PR dalam menangani krisis, serta bagaimana upaya PR dalam menyelesaikan krisis tersebut serta faktor-faktor apa saja yang mendukung dalam menyelesaikan krisis publik.

METODE

Studi ini dilakukan dalam waktu kurang lebih dua bulan. Dilaksanakan pada bulan Maret 2017 hingga April 2017. Lokasi studi di *MYKO Hotel & Convention Center*, Jl. Boulevard Panakukang, Makassar

Studi ini menggunakan metode studi kualitatif melalui pendekatan deskriptif analisis. Dimana penulis turun langsung kelapangan dan mengobservasi, mengamati, dan langsung berinteraksi dengan pihak-pihak yang mendukung terjawabnya rumusan masalah dari studi ini. Maka penulis bermaksud untuk menggambarkan seutuhnya optimalisasi strategi *public relations MYKO Hotel & Convention Center* dalam menyelesaikan krisis publik.

Pengumpulan data pada studi ini menggunakan beberapa teknik agar memperoleh data yang lengkap. Adapun

teknik-teknik yang digunakan yaitu melakukan observasi dimana ini adalah kegiatan pengamatan dan pencatatan sistemik terhadap gejala yang terjadi di lapangan. Observasi dalam studi ini adalah observasi partisipatif yaitu mengadakan pengamatan terhadap kelompok atau orang yang diamati dengan ikut menjadi anggota dalam kelompok. Berikutnya yaitu wawancara dimana di dalam studi ini berusaha menggali data dan informasi keterangan, penjelasan dari informasi studi. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang memuat permasalahan pokok dalam studi. Sedangkan teknik wawancara yang digunakan adalah bebas terpimpin, yaitu cara mengajukan pertanyaan dikemukakan secara bebas, artinya kalimat tidak terpaku pada pedoman wawancara tentang masalah-masalah pokok studi, kemudian dapat diperdalam dan dikembangkan sesuai dengan kondisi lapangan.

Data yang diperoleh melalui studi pustaka yang digunakan untuk mencari teori-teori dan data yang dibutuhkan dalam studi ini melalui literatur, dokumen, dan buku yang menyajikan data sesuai dengan permasalahan.

Pengumpulan data dengan mendokumentasikan secara visual kegiatan *Public Relations* dalam bentuk beberapa foto.

Melakukan studi kepustakaan, yaitu dengan mencari, membaca, dan mempelajari literature-literatur, buku-buku, majalah-majalah, hasil studi, situs internet, maupun sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan di bahas penulis guna melengkapi serta mendukung kepenulisan studi ini hingga selesai.

Dalam menentukan siapa narasumber/informan yang akan di wawancarai, penulis menggunakan teknik *Purposive*. Penulis memilih informan menurut kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria ini harus sesuai dengan topic studi.

HASIL

MYKO Hotel & Convention Center Makassar memiliki aktifitas pada bidang public relation yang pada prinsipnya memperhatikan bagaimana pandangan atau kesan publik atau pemberitaan serta opini apa saja yang pernah keluar di kalangan publik tentang *MYKO Hotel* itu sendiri.

Tentu saja seorang PR harus bisa turut ambil bagian ketika terjadi masalah. Dalam krisis, media adalah faktor penting yang dapat mentransformasi krisis internal menjadi krisis *public relations*. *Strategi Public Relations* dalam merespon krisis perusahaan harus dipersiapkan dengan matang cara mencegah terjadinya krisis. Perusahaan sebaiknya selalu memiliki rencana dalam menghadapi krisis dan menghindari keputusan yang justru akan membuat perusahaan terperosok lebih jauh dalam krisis. Mereka harus tahu scenario terburuk yang akan terjadi dan harus mempunyai *contingency plan* dalam menghadapinya.

Krisis tidak bisa menjadi pilihan yang dapat ditolak oleh organisasi. Krisis hidup dan terus berkembang seiring dengan lajunya organisasi dan lajunya komunikasi organisasi tersebut. Ketika krisis muncul maka peluangnya adalah memmanage krisis tersebut menjadi lebih terkendali. *Public relations* semestinya hadir sebagai bagian dalam organisasi yang menjembatani antara organisasi dengan publiknya.

Masalah yang pernah dialami *MYKO Hotel & Convention Center* yaitu kasus tentang perizinan “ANDALALIN” dan “IPAL”. Dimana kasus ini terjadi diawal terbentuknya hotel ini dan akhirnya tersebar dikalangan publik melalui berbagai media cetak maupun internet.

Adapun tahapan strategi *Public Relations MYKO Hotel & Convention Center*, yaitu :

Research

Dimana dalam tahapan ini, dilakukan guna untuk mengenali sasaran dalam berkomunikasi. Seorang PR dituntut perlu untuk mempelajari siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi. Sudah tentu itu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif), atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (dengan metode persuasif).

Tahap study ketika mengalami masalah perizinan ini, tentu pihak *MYKO Hotel* mengidentifikasi masalah ini terjadi setelah mendapat surat dari Pemerintah Kota Makassar mengenai tidak adanya izin Andalalin dan IPAL dari *MYKO Hotel*.

Pihak *MYKO* juga mengumpulkan segala bentuk pemberitaan di media baik itu cetak maupun elektronik dan juga internet terkait terebarnya pemberitaan kasus perizinan. Tentu berita tersebut di kumpulkan melalui poses penyaringan dengan melihat atau mengecek fakta yang terjadi di *MYKO Hotel* sendiri.

Tentu manajemen dari *MYKO Hotel & Convention Center* sendiri tidak serta merta langsung menelan langsung pemberitaan yang telah diberitakan mengenai hotel yang mereka jalankan. Tentu perlu dilakukan penyaringan sumber tentang fakta-fakta yang terjadi .

Ini dilakukan untuk mengetahui apa saja opini yang beredar di kalangan publik, apa saja sikap serta reaksi yang ditimbulkan terkait kasus ini, baik itu reaksi dari *stakeholder* perusahaan dan juga baik dari mereka yang berkepentingan dengan aksi dan kebijakan-kebijakan yang telah dan akan dibuat oleh perusahaan.

Pihak hotel juga memilih-milih sumber berita, data yang bisa didapatkan. Ketika manajemen telah mendapatkan data, tentu perlu dilakukan lagi pengecekan untuk memastikan berita tersebut dapat digunakan sebagai bahan *study*.

Sumber data MYKO hotel tidak serta merta diterima begitu saja. MYKO Hotel melakukan pengecekan sebelum mengambil data yang ada. Data tersebut tentu di dapatkan pertama dari Pemerintah Kota Makassar mengenai adanya masalah mengenai izin Andalalin dan IPAL di MYKO Hotel. Sumber berikutnya yang dikumpulkan yaitu pemberitaan yang ada di media cetak Makassar mengenai kasus perizinan ini. Tentu setelah setiap ada pemberitaan terbaru yang ditemukan mengenai kasus perizinan, MYKO Hotel selalu melakukan kroscek mengenai pemberitaan tersebut.

Planning

Dalam tahap ini, PR MYKO Hotel membuat perencanaan untuk melakukan konferensi pers dan talkshow bersama awak media, dimana tentu akan dilatih beberapa orang terlebih dahulu untuk menghadapi para wartawan dalam menjawab segala kemungkinan pertanyaan yang muncul.

Merencanakan untuk mendirikan krisis center dimana ruangan tersebut berguna sebagai tempat khusus untuk

aktifitas penyelesaian masalah krisis yang sedang di alami oleh MYKO Hotel.

Pemantauan berita tentu terus dilakukan guna melihat apa saja yang masih diberitakan oleh media terkait perusahaan ini.

Dan juga tak kalah penting yaitu menyiapkan segala informasi yang ada sebelum melaksanakan seluruh rencana kegiatan tersebut.

Action

Hal atau langkah yang ditempuh bidang PR yaitu *melakukan press conference*. Dimana saat itu MYKO Hotel mengundang sejumlah awak media untuk meliput informasi mengenai MYKO Hotel & Convention Center seperti surat-surat ijin yang telah sah. Ini berguna untuk menunjukkan bukti bahwa MYKO Hotel memiliki dokumen resmi terkait persyaratan dari PemKot Makassar.

MYKO Hotel juga mengundang pihak Pem-Kot Makassar untuk melakukan showing di MYKO Hotel. Hal berguna untuk menunjukkan keadaan sesungguhnya yang ada di MYKO Hotel. Seperti menunjukkan kelengkapan alat-alat yang sesuai dengan prosedur, menunjukkan fasilitas serta apa saja yang ditawarkan oleh pihak MYKO Hotel.

Setelah selesai pihak awak media serta Pem-Kot Makassar juga di ajak untuk merasakan jamuan makan yang disediakan oleh MYKO Hotel. Ini berguna untuk menjalin keakraban yang lebih intim ketika melakukan proses santap bersama.

Evaluation

Langkah terakhir dalam proses ini adalah evaluasi. Hasil pengolahan data dari evaluasi diharapkan dapat dipergunakan oleh semua pihak. Evaluasi dilakukan

untuk mengetahui kelemahan, kekurangan, kendala dan tingkat keberhasilan. Sedangkan hasil dari evaluasi dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan penyusunan rencana kegiatan yang akan dilaksanakan, serta menjadi dasar tindakan antisipasi dan solusi untuk kendala-kendala yang akan datang. Sehingga dengan adanya evaluasi, gagasan atau program dapat dilaksanakan dengan lebih efektif dan efisien. Selain itu, evaluasi digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah kegiatan yang dilaksanakan telah mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya. Evaluasi ini dilaksanakan dalam forum besar yang diikuti oleh seluruh jajaran manajemen di *MYKO Hotel & Convention Center Makassar*.

Faktor Pendukung *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar Dalam Menyelesaikan Krisis Publik.

Tentu dari seluruh masalah perizinan yang dihadapi, tentu ada hal yang baik yang dapat membantu menyelesaikan dengan baik masalah perizinan ini. Tentu ada faktor pendukung dari seluruh kejadian ini. Ada 7 faktor pendukung *public relations MYKO Hotel & Convention Center* dalam menyelesaikan krisis publik, yaitu :

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM yang dimiliki *MYKO Hotel & Convention Center* tentu sangat berpengaruh dalam membuat dan menyelenggarakan seluruh rancangan program. Faktor ini tentu juga sangat berpengaruh ketika melakukan action untuk menyelesaikan berbagai kendala yang terjadi di perusahaan. Kerjasama yang baik antara satu dengan yang lain mutlak diperlukan terutama ketika ada kasus terjadi. Saat kasus terjadi, kerjasama yang baik sesuai bidang dan

kemampuannya masing-masing dapat membantu kasus cepat teratasi.

2. Kerjasama dengan para *Stakeholders*

Tidak dapat dipungkiri kerjasama *MYKO Hotel & Convention Center* dengan berbagai stakeholders yang dimiliki sangat berpengaruh dalam menyelesaikan kasus yang sedang dialami di perusahaan. Semakin banyaknya bantuan dari berbagai pihak, semakin cepatlah masalah dapat teratasi.

3. Sarana prasarana

Adanya sarana prasarana yang memadai dapat membantu meningkatkan kinerja *MYKO Hotel & Convention Center* dalam menyelesaikan krisis. Semakin lengkapnya sarana prasarana yang ada, diharapkan semakin meningkatnya kinerja SDM yang ada.

4. Anggaran

Adanya anggaran dalam setiap perencanaan kerja baik itu ketika menyelesaikan kasus ataupun ketika menjalankan program kerja sehari-hari dapat membantu meningkatkan laju kerja *MYKO Hotel & Convention Center*.

5. Pembentukan link

Adanya link-link yang tersebar di internal maupun *MYKO Hotel & Convention Center* membantu kami dapat mengumpulkan informasi-informasi, khususnya yang menyangkut kinerja *public relations*.

6. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat kinerja karyawan *MYKO Hotel & Convention Center* semakin terbantu. Melihat berbagai aplikasi seperti WA, sosial media, dan lain sebagainya dapat memudahkan kegiatan penyelesaian masalah.

7. Kegiatan Non penulisan

Adanya kegiatan non penulisan seperti *press confrence* yang pernah diadakan sangat membantu perusahaan dalam menyebarkan klarifikasi terkait masalah melalui media yang ada.

B. Pembahasan

Bagaimana strategi *Public Relations MYKO Hotel & Convention Center* dalam menyelesaikan krisis publik

Komunikasi penting tidak hanya ketika sebuah perusahaan mengalami krisis, tetapi juga penting sebelum, selama dan setelah krisis. Bahkan tanpa adanya krisis, komunikasi harus menjadi bagian penting dalam kehidupan perusahaan.

Oleh karena itu komunikasi merupakan bagian penting dari kegiatan PR. Maka peran praktisi *public relation* akan sangat penting dalam merespon opini publik serta melakukan tindakan yang cepat dan antisipatif untuk menjaga citra perusahaan di mata publiknya.

Pengelolaan manajemen krisis sebuah perusahaan mencerminkan bagaimana tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*-nya. . Krisis yang disebut sebagai “Kasus Perizinan MYKO” tersebut menuntut peran aktif *public relations MYKO Hotel & Convention Center* Makassar untuk mengelola manajemen krisis dan memperbaiki citra positif *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar yang semakin memburuk karena kasus tersebut.

Strategi yang dijalankan oleh *public relations MYKO Hotel & Convention Center Makassar* jika dianalisa dengan seksama mengacu kepada 4 tahap strategi PR menurut Cutlip, Center dan Broom, yaitu:

A. Study

Strategi *MYKO Hotel & Convention Center Makassar* yang diambil dalam

tahap reseach ini adalah melakukan *fact finding* tentang persepsi dari berbagai media mengenai kasus perizinan tersebut. Hal ini dilakukan karena sejak masalah tersebut terjadi, media tidak henti-hentinya memuat pemberitaan, bahkan ada juga yang menjadikan masalah ini menjadi headline. Dengan gencarnya pemberitaan di media massa, baik media cetak maupun media elektronik, secara otomatis akan terbentuk opini publik

Untuk itulah pihak manajemen perlu untuk mengetahui berbagai opini publik mengenai kasus perizinan tersebut, sehingga pihak manajemen dapat mengambil tindakan yang cepat dan tepat. Hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan, mengembalikan ataupun meningkatkan citra positif perusahaan di mata publik.

Dari hal tersebut, *MYKO Hotel* melakukan pengecekan mengenai hal tersebut. Manajemen terkait melakukan pengecekan terhadap data-data mengenai prosedur tersebut.

Masalah juga dapat di identifikasi melalui media cetak dimana media cetak pernah memuat berita mengenai kasus perizinan *MYKO Hotel*. Berita tersebut di dapat dari koran berlangganan *MYKO Hotel*. Koran-koran tersebut adalah Fajar, Tribun timur, SINDO, Ujungpandang Ekspres, Bisnis Sulawesi, Rakyat Sulsel. Tentu setelah mendapatkan berita mengenai kasus perizinan *MYKO Hotel*, dilakukan pengecekan sesuai dengan apa yang terjadi di hotel.

Kemudian bagaimana proses *search* tentang masalah pada saat awal terjadi krisis. Menurut *public relations MYKO Hotel & Convention Center* Makassar, penanganan krisis pada saat awal adalah dengan langsung mengidentifikasi ke

manajemen terkait yaitu pada bagian *engineering*. *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar melakukan identifikasi ke pusat pengendali, dimana bagian *engineering* mulai mengurus segala kekurangan prosedur.

Pihak hotel yang dianggap tidak memiliki izin IPAL karena IPAL yang disetor adalah IPAL dari mall Panakkukang bukan dari hotel, akhirnya pemerintah bertindak tegas agar manajemen hotel segera melengkapi berkas sesuai prosedur yang berlaku. Manajemen hotel dalam hal ini bagian *engineering* dan *financial controller* langsung melakukan kroscek lebih jauh mengenai masalah tersebut, setelah itu dibentuklah tim untuk menangani masalah tersebut sehingga tim tersebut langsung menghubungi pihak Pemerintah Kota Makassar untuk membicarakan hal-hal atau prosedur apa saja yang mesti dilengkapi dan perlu ditambahkan untuk menangani hal tersebut.

B.Planning and Programming

Setelah dilakukan langkah pertama, yaitu identifikasi masalah, tahap berikutnya merupakan tahap pembuatan rencana. Dalam tahap ini, PR *MYKO Hotel & Convention Center Makassar* melakukan pengolahan ataupun pengerjaan dari hasil temuan *study*. Hal ini dilakukan untuk menyeleksi data dan informasi yang cukup penting sebagai landasan dan arah program komunikasi yang akan dijalankan.

Setelah proses pengolahan data, kemudian PR membuat rancangan perencanaan strategi komunikasi yang akan dijalankan. Perencanaan tersebut tentunya harus disepakati oleh pihak manajemen. Oleh karenanya *public relations* menyampaikannya kepada pihak manajemen terlebih dahulu, kemudian jika

disetujui maka rancangan perencanaan tersebut baru dapat dilaksanakan. Pada tahap ini, *public relations* membuat perencanaan untuk melakukan program konferensi pers dan *talkshow* dengan media, yang tujuan utamanya sebagai upaya pencitraan terkait dengan kasus perizinan tersebut.

Melakukan persiapan, dengan melakukan pembagian tugas masing-masing personal tim PR. Kemudian membuat daftar segala kemungkinan yang dapat terjadi, maka perusahaan menyiapkan hal-hal sebagai berikut :

- Memiliki dan melatih beberapa orang untuk menghadapi media massa sehingga selalu siap untuk memberikan informasi bila dibutuhkan. Dalam hal menghadapi media massa, biasanya *public relations* yang bertugas menghadapi media. Hal ini dilakukan agar informasi keluar dari satu pintu, sehingga tidak ada kesimpangsiuran informasi.
- Mendirikan ruangan tertentu yang digunakan sebagai *crisis centre* bagi tim penanggulangan krisis pada saat krisis telah terjadi. Lokasi pertemuan serta penyelidikan terkait kasus tersebut dilakukan di ruang khusus. Lokasi kejadian ini merupakan *crisis centre* saat krisis.
- Mempersiapkan segala informasi selengkap mungkin berkaitan dengan krisis. *General manager, executive assistant manager, tim engineering, financial controller*, yang langsung menangani kasus ini dan mempunyai tugas masing-masing. Setiap perkembangan kasus tersebut dilaporkan kepada *public relations MYKO Hotel & Convention Center*

Makassar. Agar ketika menghadapi awak media, *public relations* selaku juru bicara perusahaan mempunyai informasi yang faktual dan aktual.

C. Taking Action and Communicating

Pada tahap ini, perencanaan yang telah disusun oleh *public relations MYKO Hotel & Convention Center* Makassar dan juga disetujui oleh pihak manajemen mulai dilaksanakan. *Public relations* melaksanakan program publikasi media, yaitu dengan konferensi pers dan talkshow.



Gambar 3.1 Press Confrence MYKO Hotel & Convention Center Makassar
Source : MYKO Hotel & Convention Center

Pada foto di atas, terlihat saat manajemen *MYKO Hotel* menunjukkan berkas kerja yang telah diurus di pemerintah kota Makassar. *Press confrence* saat itu terselenggara pada tanggal 5 Januari 2016 di lantai 2 hotel *MYKO*.

Saat itu berkas yang di tunjukkan berupa IMB, SITU, SIUPP, dan Amdal yang ketika itu dinyatakan saat *press confrence* , telah memiliki semua persyaratan tersebut.

Setelah kegiatan tersebut, para awak media juga di undang untuk diperlihatkan proses pengerjaan dan beberapa kamar yang telah ready, serta datang ke jamuan makan siang yang telah di sediakan oleh *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar.

Hal ini dilakukan guna untuk memperlihatkan bahwa hotel ini telah mengantongi izin beroperasi serta memperlihatkan langsung keadaan sebenarnya dilapangan serta menjalin keakraban satu sama lain dalam proses pendekatan agar semakin terjalinlah hubungan baik dengsan pihak media.

Selain upaya pencitraan melalui media, *public relations MYKO Hotel & Convention Center* Makassar juga mengajak para pejabat pemerintah kota Makassar yang terkait untuk mengunjungi dan melakukan *showing* di *MYKO Hotel* untuk melihat langsung hal-hal apa saja yang kurang terkait kasus perizinan seperti memperlihatkan kelayakan alat-alat yang berhubungan dengan IPALJamuan makan juga dilakukan setelah proses *showing* ini. Ini dilakukan dalam rangka menjalin keakraban lagi serta kenyamanan bagi para pihak dari Pemerintah Kota Makassar.



Gambar 3.2 Kunjungan Pemerintah Kota Makassar di MYKO Hotel & Convention Center

Source : MYKO Hotel & Convention Center

D. Evaluating the Program

Setelah kasus terus ditangani dan kelengkapan serta prosedur-prosedur dari Pemerintah Kota Makassar dipenuhi oleh manajemen dan upaya pencitraan telah dilakukan. Kemudian *public relations MYKO Hotel & Convention Center* Makassar mengadakan evaluasi terkait krisis yang terjadi. Evaluasi tersebut melibatkan seluruh jajaran unit di *MYKO*

Hotel & Convention Center Makassar. Selain membahas tentang kasus perizinan tersebut, forum ini juga membahas segala macam permasalahan yang ada di *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar. Kegiatan evaluasi ini diadakan rutin tiap satu bulan sekali.

Tim melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*). Dari sini diketahui kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi kasus perizinan yang terjadi, baik dari sisi SDM (Sumber Daya Manusia) maupun teknis.

Adapun hasil analisis SWOT dari *public relations MYKO Hotel & Convention Center* Makassar adalah sebagai berikut :

Strength (Kekuatan)

- Adanya karyawan dan teknis untuk penanggulangan krisis, sehingga mempercepat dan mempermudah penanganannya.
- Memiliki *connection* dengan berbagai pihak, seperti pelanggan, dan *stakeholder* perusahaan lainnya.

Weakness (Kelemahan)

- Adanya masalah dengan pihak pemerintahan
- Adanya kerusakan sarana dan prasarana.

Opportunity (Peluang)

- Mempunyai karyawan dan teknis untuk penanggulangan krisis.
- Memanfaatkan hubungan baik yang sudah terjalin sehingga mempercepat pemulihan citra.

Threats (Hambatan)

- Adanya tekanan dari media dengan pemberitaan-pemberitaan bernada negatif.

Faktor-Faktor Yang Mendukung *Public Relations MYKO Hotel & Convention*

Center Dalam Menyelesaikan Krisis Publik.

Berdasarkan hasil wawancara dan studi pustaka , maka di tetapkan ada enam faktor pendukung yang diidentifikasi *MYKO Hotel & Convention Center* sebagai pendukung dalam melakukan strategi Komunikasi :

SDM (Sumber Daya Manusia)

Seluruh jajaran manajemen *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar tentu sangat memiliki andil dalam penyelesaian kasus perizinan ini. Tentu dengan berbagai pelatihan dan pengetahuan akan membuat pelayan lebih baik dan membantu terprosesnya penyelesaian kasus perizinan ANDALALIN dan IPAL.

Kerjasama dengan para *Stakeholders*

Segala bentuk kerjasama yang dilakukan bersama dengan *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar tentu sangat membantu kelangsungan penyelesaian kasus perizinan ANDALALIN dan IPAL.

Sarana prasarana

Berdasarkan hasil wawancara dan studi pustaka yang dilakukan penulis dalam studi ini, dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor pendukung dalam strategi komunikasi yang dilakukan *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar adalah adanya sarana dan prasarana yang tentu saja dapat menunjang segala aktivitas dalam proses penyelesaian kasus perizinan yang dialami *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar.

Anggaran

Berdasarkan hasil wawancara, penulis menemukan bahwa faktor pendukung selanjutnya adanya anggaran dalam setiap rencana kerja yang dilakukan *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar, yang kemudian diharapkan dapat menyelesaikan rencana

kerja tersebut dan tentunya dalam proses penyelesaian kasus perizinan ANDALALIN dan IPAL. Karena tentu setiap kegiatan atau perencanaan baik itu dalam menyelesaikan kasus ataupun rencana kegiatan sehari-hari, diperlukannya dana untuk menjalankan rencana tersebut.

Pembentukan link

Adanya link-link yang tersebar di internal maupun eksternal *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar membantu manajemen hotel dapat mengumpulkan informasi-informasi, khususnya yang menyangkut penyelesaian permasalahan kasus perizinan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi

Perkembangan Teknologi Informasi dan komunikasi sangat berpengaruh positif dalam membantu manajemen *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar dalam mendapatkan informasi yang sifatnya internal dan menyangkut kinerja manajemen hotel.

KESIMPULAN

Strategi Public Relations *MYKO Hotel & Convention Center* Makassar dalam menyelesaikan krisis publik terbagi menjadi empat tahap penting, yaitu study, planning, action, evaluation. Adapun bentuk strateginya yaitu:

A. Study

Melakukan *fact finding* dari berbagai media, mengidentifikasi berita di media cetak, mengidentifikasi masalah ke manajemen terkait, memilih tim krisis

B. Planning

Membuat perencanaan untuk melakukan konferensi pers, melatih beberapa orang untuk menghadapi media massa, mendirikan krisis center,

menyiapkan segala informasi terkait kasus perizinan, melakukan pemantauan terhadap pemberitaan media

C. Action

Melakukan konferensi pers & *talkshow*, melakukan *showing* perusahaan dengan para awak media, jamuan makan bersama awak media, melakukan koordinasi dengan Pemerintah Kota Makassar, bersama produsen IPAL melengkapi dokumen, mengundang Pemerintah Kota Makassar untuk melakukan *showing* hotel, jamuan makan bersama Pemerintah Kota Makassar, aktif melakukan promosi di media sosial

D. Evaluation

Dilakukan sebulan sekali, untuk mengetahui kelemahan, kekurangan, kendala & tingkat keberhasilan, sebagai pertimbangan penyusunan rencana kegiatan, dasar tindakan antisipasi dan solusi, penentuan kebijakan baru, melakukan analisis SWOT

Menetapkan ada enam faktor pendukung yang diidentifikasi *MYKO Hotel & Convention Center* sebagai pendukung dalam melakukan strategi Komunikasi :

- a. Sumber Daya Manusia (SDM)
- b. Kerjasama dengan para *Stakeholders*
- c. Sarana prasarana
- d. Anggaran
- e. Pembentukan link
- f. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi.
- g. Kegiatan Non penulisan

DAFTAR RUJUKAN

- Chatra, dkk. (2008). *Public Relations Strategi Kehumasan dalam Menghadapi Krisis*. Bandung : Maximalis
- Fearn, Banks. (1996). *Crisis Communication : A case book Approach*. New Jersey : Mahwah
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations*. Terjemahan oleh Haris Munandar. Jakarta: Erlangga
- Lattimore dkk. (2010). *Public Relations : Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika
- Oliver, Sandra. (2007). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Scott, Cutlip. (2007). *Effective Public Relations*. Terjemahan oleh Tri Wibowo. Jakarta: Kencana.
- Rachmat Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: Kencana
- (2014). *Public Relations & Crisis Management : Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi: Konsepsi Dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Winardi. (1989). *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*. Bandung: Bandar Maju
- Fajar. 23 Desember 2016. *Hotel Myko Tak Punya Andalalin*, 13